



Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)

## Bokslutskommuniké 1 januari – 31 december 2005

### *Björn Borg slår alla rekord*

#### Fjärde kvartalet 2005

- Nettoomsättningen uppgick till 51,2 MSEK (35,0), en ökning med 46 %
- Rörelseresultatet ökade till 12,4 MSEK (5,7) och resultatet efter finansnetto förbättrades till 13,2 MSEK (5,8), en ökning med 129 %
- Resultat efter skatt uppgick till 9,3 MSEK (4,0), en ökning med 134 %
- Vinst per aktie uppgick till 6,47 kr (2,90), en ökning med 123 %
- Bruttovinstmarginalen ökade till 59 % (55)
- Organisk tillväxt för Björn Borg-varumärket +45 %

#### Helåret 2005

- Nettoomsättningen uppgick till 183,6 MSEK (121,6), en ökning med 51 %
- Rörelseresultatet ökade till 29,7 MSEK (12,1) och resultat efter finansnetto förbättrades till 31,3 MSEK (14,4), en ökning med 118 %
- Resultat efter skatt uppgick till 21,9 MSEK (10,1), en ökning med 118 %
- Vinst per aktie uppgick till 15,33 kr (7,36), en ökning med 108 %
- Bruttovinstmarginalen var oförändrad 52 procent (52) och rörelsemarginalen ökade till 16,2 procent (10,0)
- Fortsatt stark organisk tillväxt för varumärket Björn Borg:
  - +19 % för helåret 2005
  - totalt beräknades försäljningen av Björn Borg-produkter 2005 uppgå till cirka 750 MSEK (627) i konsumentledet

#### Utdelning och split

- Styrelsen har beslutat föreslå årsstämman att
  - en utdelning med 5 kr (0) per aktie ska utgå
  - bolaget genomför en split på 4:1

(KSEK)	Q4 2005 3 månader Utfall	Q4 2004 3 månader Utfall	2005 12 månader Utfall	2004 12 månader Proforma
Nettoomsättning	51 246	35 021	183 639	121 649
Bruttovinstmarginal	59%	55%	52%	52%
Rörelseresultat	12 350	5 736	29 719	12 149
Resultat efter finansnetto	13 233	5 766	31 300	14 367
Vinst per aktie, kr <sup>1)</sup>	6,47	2,90	15,33	7,36

1) Vinst per aktie i förhållande till vägt medeltal av aktier under perioden

Worldwide Brand Management AB (tidigare Worldwide Brand Management Holding AB) (WBM) förvärvade under andra kvartalet 2004 samtliga aktier i WBM Brands AB (tidigare Worldwide Brand Management AB) (WBM Brands), inklusive dotterbolag. Koncernredovisningen för WBM är upprättad med den 30 juni 2004 som förvärvstidpunkt. Bokslutsrapporten för 2005 avser därmed faktiskt utfall för 2005, utfall för Q4 2004 medan jämförelsesiffrorna för helår 2004 är proforma.



## Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)

### **Verksamheten**

WBM-koncernen har sedan 1997 vidareutvecklat varumärket Björn Borg med utgångspunkt i en exklusiv varumärkeslicens och har i dag verksamhet inom de fem produktområdena kläder, skor, väskor, glasögon samt parfym. Björn Borg-produkter säljs på sju marknader i Europa, varav Sverige och Holland är de viktigaste. Verksamheten bedrivs genom ett nätverk av produkt- och distributörsbolag som antingen ingår i koncernen eller är fristående bolag med underlicenser avseende produktområde och geografisk marknad. Distributörer säljer produkterna till detaljister som i sin tur säljer till konsumentledet. WBM-koncernen har egen verksamhet i alla led från produktutveckling till konsumentförsäljning.

### **Försäljning av Björn Borg-produkter till återförsäljare**

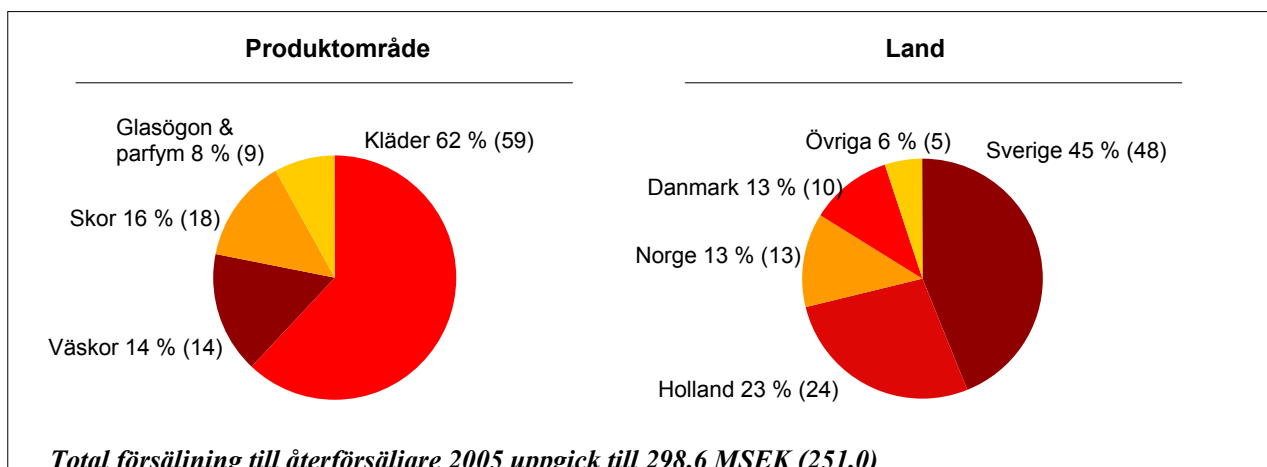
*Fjärde kvartalet, oktober – december 2005*

Den totala försäljningen av Björn Borg-produkter från egna och fristående distributörer i nätverket till återförsäljare uppgick till 82,8 MSEK (57,0) under fjärde kvartalet 2005, en ökning med 45 procent jämfört med samma period 2004. Ökningen skedde i huvudsak inom produktområdet kläder men även glasögon, skor och väskor uppvisade en stark försäljningsökning.

*Helåret 2005*

Den totala försäljningen av Björn Borg-produkter från egna och fristående distributörer i nätverket till återförsäljare ökade med 19 procent under 2005 till 298,6 MSEK (251,0). Det var främst försäljningen av kläder och väskor som ökade men även parfym visade en positiv försäljningsutveckling. Sammantaget bedöms utvecklingen för koncernens produktområden vara i nivå med eller bättre än marknaden.

### **Försäljning av Björn Borg-produkter till återförsäljare fördelat per produktområde och land för helåret 2005**





## Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)

### Koncernens utveckling

Utvecklingen under det fjärde kvartalet har varit mycket positiv med både fortsatt omsättningstillväxt och stark resultatförbättring.

*– Det här är det starkaste kvartal vi någonsin haft, med en organisk tillväxt för Björn Borg-varumärket på 45 procent och det bästa resultatet hittills i WBM-koncernen. Det känns fantastiskt roligt att vårt målmedvetna varumärkesarbete ger resultat. En förstärkt organisation, nya butiker och starkare kollektioner har bidragit till den positiva utvecklingen både i Sverige och på våra utländska marknader, säger WBM:s VD Nils Vinberg.*

### Omsättning

*Fjärde kvartalet, oktober – december 2005*

Koncernens nettoomsättning uppgick till 51 246 KSEK (35 021), en ökning med 46 procent. Försäljningsökningen under det fjärde kvartalet beror på mycket stark försäljning i alla led och särskilt för produktgruppen underkläder. Förvärvet av produktbolaget för Björn Borg-skor (Scandinavian Footwear AB), som genomfördes i december 2004, påverkar koncernens omsättning positivt. Den organiska tillväxten för jämförbara bolag inom koncernen uppgick till 31 procent.

*Helåret 2005*

Koncernens nettoomsättning uppgick till 183 639 KSEK (121 649), en ökning med 51 procent. Omsättningen ökade främst till följd av förvärvet av produktbolaget för skor, men också tack vare en stark organisk försäljningsutveckling för varumärkets största produktområde kläder. Den organiska tillväxten för jämförbara bolag inom koncernen uppgick till 19 procent.

### Resultat

*Fjärde kvartalet, oktober – december 2005*

Bruttovinstmarginalen under det fjärde kvartalet ökade till 59 procent (55). Förbättringen beror främst på stark försäljning såväl i koncernens distributions- som detaljistled med en hög andel fullpridförsäljning.

Rörelseresultatet uppgick till 12 350 KSEK (5 736) och rörelsemarginalen till 24,1 procent (16,4). Resultatet efter finansnetto förbättrades under fjärde kvartalet till 13 233 KSEK (5 766). Resultatförbättringen hänförs sig främst till ökad försäljning och förbättrade marginaler men med bibehållna rörelsekostnader. Rörelsekostnaderna som andel av omsättningen minskade till 35 procent, jämfört med 38 procent för motsvarande kvartal 2004.

*Helåret 2005*

Bruttovinstmarginalen uppgick oförändrat till 52 procent (52). Den något lägre marginalen i den nyligen förvärvade skoverksamheten kompenseras av förbättrade marginaler i främst koncernens egna butiker.

Rörelseresultatet uppgick till 29 719 KSEK (12 149). Rörelsemarginalen förbättrades under perioden 16,2 procent (10,0) och vinstmarginalen förbättrades till 17,0 procent (11,8).



## Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)

Resultatet efter finansnetto förbättrades under året till 31 300 KSEK (14 367), en ökning med 118 procent. Förbättringen hänför sig främst till en ökad försäljning med bibehållna rörelsekostnader. Rörelsekostnaderna som andel av omsättningen har minskat till 36 procent, jämfört med 42 procent under år 2004.

Antalet utestående aktier vid rapportperiodens utgång uppgick till 1 431 036. Vinst per aktie i WBM uppgick till 15,33 kronor (7,36) för helåret 2005. Vinst per aktie beräknad efter fullt utnyttjande av utestående teckningsrättsoptioner uppgick till 15,27 kronor (7,36).

### Utveckling per rörelsegren

WBM-koncernen består av ett antal bolag som bedriver verksamhet under varumärket Björn Borg i alla led från produktutveckling till distribution och försäljning till konsument.

### Omsättning per rörelsegren i sammandrag

Rörelsegren KSEK	Q4 2005	Q4 2004	Q1-Q4 2005	Q1-Q4 2004
	3 månader	3 månader	12 månader	12 månader
Varumärke mm	11 081	8 648	43 731	29 620
Utveckling, design & produktion	23 293	19 984	79 698	70 616
Distribution	29 469	20 318	106 614	63 102
Detaljhandel	6 839	5 414	21 437	18 922
Koncernintern försäljning	-19 436	-19 343	-67 842	-60 612
<b>Koncernen totalt</b>	<b>51 247</b>	<b>35 021</b>	<b>183 639</b>	<b>121 648</b>

### Varumärke och övrigt

Omsättningen inom segmentet Varumärke består i huvudsak av royaltyintäkter samt koncernintern tjänster.

Verksamheten uppnådde en nettoomsättning under helåret 2005 om 43 731 KSEK (29 620). Intäkterna ökade främst tack vare den starka organiska tillväxten för varumärket.

### Utveckling, design och produktion

WBM-koncernen svarar globalt för utveckling, design och produktion av kläder och skor. Därutöver finns en underlicenstagare för kläder på marknaden inom Benelux.

Rörelsegrenens nettoomsättning under helåret 2005 ökade till 79 698 KSEK (70 616). I ökningen ligger främst den förvärvade skoverksamheten, samt en ökad försäljning inom produktområdet kläder. Det fjärde kvartalet följde i stort utvecklingen under årets tidigare kvartal.

### Distribution

WBM-koncernen är exklusiv distributör inom produktområdet kläder (kläder, underkläder och badkläder) samt produktområdet skor på den svenska marknaden. Förutom distribution driver också WBM två så kallade factory outlet-butiker.



## **Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)**

Distribution ökade sin nettoomsättning under helåret 2005 till 106 614 KSEK (63 102). Ökningen beror främst på att distributionen av skor konsolideras från och med den 1 januari 2005. Även en stark försäljningsutveckling för produktområdet kläder bidrog till omsättningsökningen.

### ***Detaljhandel***

*WBM-koncernen äger och driver fyra konceptbutiker på den svenska marknaden med försäljning av kläder, skor och väskor.*

Nettoomsättningen inom Detaljhandel för helåret 2005 ökade med 13 procent till 21 437 KSEK (18 922). Ökningen är i sin helhet organisk, då antalet butiker är detsamma som under föregående år, och beror främst på en tydligare fokusering samt en stark underklädeskollektion.

Under det fjärde kvartalet ökade nettoomsättningen 26 procent jämfört med motsvarande kvartal 2004.

### ***Koncernintern försäljning***

Den koncerninterna försäljningen uppgick under perioden till 67 842 KSEK (60 612).

### **Säsongsvariationer**

WBM-koncernen är verksam i en bransch med tydliga säsongsvariationer. De olika kvartalen varierar omsättnings- och resultatmässigt. Första och tredje kvartalet är generellt sett starkast eftersom huvuddelen av kollektionerna levereras då. Förvärvet av produktområdet skor har ytterligare accentuerat detta mönster genom att både omsättning och resultat väger tungt i dessa kvartal för skoverksamheten. Även fjärde kvartalet är starkt till följd av julhandeln för främst underkläder. Andra kvartalet är därmed alltid resultatmässigt svagast.

### **Investeringar, avskrivningar och kassaflöde**

Investeringarna under helåret 2005 avseende materiella anläggningstillgångar uppgick till 728 KSEK (650). Avskrivningarna av materiella anläggningstillgångar uppgick till 1 053 KSEK (1 568) i koncernen. Därutöver tillkommer goodwillavskrivningar om 1 556 KSEK (1 220).

Kassaflödet från den löpande verksamheten i koncernen för helåret 2005 uppgick till 28 780 KSEK, jämfört med 19 544 KSEK för 2004. Förändringen av rörelsekapitalet innebar ett negativt kassaflöde om 3 727 KSEK. Denna förändring kan förklaras främst av ökade kundfordringar pga kraftigt ökad försäljning i december. Samtidigt har minskningen av lagret inneburit ett positivt kassaflöde. Årets ökning av likvida medel har uppgick till 18 509 KSEK (6 308).

### **Finansiell ställning och likviditet**

WBM-koncernens likvida medel uppgick till 58 080 KSEK (39 571). Utöver likvida medel förfogar koncernen över ej utnyttjade checkkrediter om 40 000 KSEK. Räntebärande skulder vid periodens slut uppgick till 0 KSEK (10 000). Soliditeten uppgick vid rapportperiodens utgång till 65,8 procent (57,7).



## **Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)**

### **Moderbolaget**

Moderbolaget Worldwide Brand Management AB (publ) bedriver i huvudsak koncernintern verksamhet. Dessutom äger bolaget 100 procent av aktierna i WBM Brands AB samt i Two-To L Invest AB. WBM har under året 2005 erhållit utdelning från To-Two L Invest AB med 2 250 KSEK och från WBM Brands AB med 10 000 KSEK.

Moderbolagets nettoomsättning för helåret 2005 uppgick till 19 051 KSEK (250). Resultatet efter finansnetto uppgick till 12 832 KSEK (8 877). I resultatet ingår utdelning från dotterbolag med 12 250 KSEK (10 000).

### **Personal**

Medelantalet anställda i WBM-koncernen uppgick under året till 49 (35) personer. Ökningen är i huvudsak hänförlig till förvärvet produktbolaget för skor samt förstärkning av ledningsteamet genom rekryteringen av ny ekonomichef, två seniora medarbetare för nya exportmarknader samt en ny retail-ansvarig med ansvar för koncernens egna butiker och den fortsatta butiks-expansionen. Denna förstärkning syftar till att skapa en plattform för fortsatt tillväxt, men kan kortsiktigt innebära en negativ resultatpåverkan.

Styrelsen för WBM utsåg i december 2005 Jimmy Johansson, med ansvar för varumärkes-utveckling och marknadskommunikation, till vice verkställande direktör.

### **Optionsprogram**

Den ordinarie bolagsstämman den 19 maj 2005 beslutade att personalen skulle erbjudas optioner att förvärva aktier i moderbolaget WBM. Detta erbjudande hörsammades av cirka 90 procent av personalen. Totalt tecknades 22 600 optioner i bolaget. Optionsprogrammet inbringade 406,8 KSEK till koncernen som optionspremie. Vid fullt utnyttjande av de utestående teckningsrätts-optionerna skulle de med stöd av optionerna tecknade aktierna motsvara 1,6 procent av det totala antalet aktier i bolaget vid fullt utnyttjande.

### **Nomineringskommitté**

Vid den ordinarie bolagsstämman i WBM den 19 maj 2005 beslutades att en nomineringskommitté skulle utses, och att denna skulle bestå av styrelsens ordförande samt representanter för de två största aktieägarna i bolaget. Baserat på uppgifter om aktieägandet i bolaget inhämtade från VPC, har en nomineringskommitté bestående av Martin Bjäringer (kommitténs ordförande), Fredrik Lövestedt (styrelsens ordförande) och Mats H Nilsson utsetts. Nomineringskommitténs förslag till val av styrelse för beslut av årsstämman kommer att publiceras i ett pressmeddelande i god tid före stämman.

### **Utsikter 2006**

Bolagets policy är att inte lämna resultatprognoser.

### **Övergång till International Financial Reporting Standards (IFRS)**

WBM har beslutat att börja redovisa och rapportera i enlighet med IFRS från och med den 1 januari 2006. Detta innebär att tidpunkten för WBM:s övergång till IFRS blir den 1 januari 2005 eftersom IFRS kräver minst ett jämförelseår vid upprättande av den första finansiella rapporten enligt IFRS. Den finansiella informationen för koncernen 2005, vilken var upprättad enligt Årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens Allmänna Råd och vägledningar, har räknats om i enlighet med IFRS. Nedan presenteras en redogörelse för övergången från WBM:s tidigare redovisningsprinciper till IFRS tillsammans med de effekter som övergången medförde på eget kapital och redovisat resultat.



## Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)

### ***Tillämpning av övergångsregler***

Övergången till IFRS har redovisats i enlighet med IFRS 1 First-time Adoption of IFRS. Huvudregeln i IFRS 1 innebär att ett företag tillämpar samtliga IFRS-standarder retroaktivt vid fastställande av öppningsbalansräkningen enligt IFRS. I IFRS 1 finns det dock ett antal undantag från retroaktiv tillämpning. WBM har valt att tillämpa undantagsregeln vad gäller rörelseförvärv. Således har inte rörelseförvärv före den 1 januari 2005 räknats om enligt IFRS 3. IFRS 3 har istället tillämpats framåtriktat på förvärv och samgående från och med övergångstidpunkten, d.v.s. den 1 januari 2005.

Övriga lätttnadsregler i IFRS 1 har inte haft någon väsentlig påverkan på WBM:s övergång från tidigare redovisningsprinciper till IFRS.

### ***Ändrade redovisningsprinciper - påverkan på redovisat resultat och eget kapital:***

Den enskilt största förändringen som följd av införande av IFRS är relaterat till redovisning av goodwill. Enligt IFRS skall inte goodwill längre skrivas av utan istället årligen, eller oftare vid behov, prövas för eventuellt nedskrivningsbehov. Enligt WBM:s tidigare redovisningsprinciper skrevs goodwill av över 10 år. Avskrivningar som redovisats under 2005 återförs då IFRS 3 och IAS 38 tillämpas från och med den 1 januari 2005. Det uppkommer inga skatteeffekter som följd av de ändrade redovisningsprinciperna rörande avskrivning av goodwill. Nedan kvantifieras effekten från ändrade redovisningsprinciper enligt IFRS.

<b>Belopp i TSEK</b>	<b>2005</b>
Redovisat nettoresultat 2005 enligt WBM:s tidigare redovisningsprinciper	21 943
Effekter från övergången till IFRS	
a) goodwillavskrivningar	1 556
<b>Redovisat nettoresultat enligt IFRS</b>	<b>23 499</b>

<b>Belopp i TSEK</b>	<b>2005-01-01</b>	<b>2005-12-31</b>
Eget kapital enligt WBM:s tidigare redovisningsprinciper	58 944	81 294
Effekter från övergången till IFRS:		
a) goodwillavskrivningar	0	1 556
<b>Eget kapital enligt IFRS</b>	<b>58 944</b>	<b>82 850</b>

Kassaflödesanalysen har inte påverkats av övergången till IFRS.



## **Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)**

### ***Kommentarer till övriga ändrade redovisningsprinciper:***

Transaktioner i utländsk valuta räknas om till svenska kronor enligt de valutakurser som gäller på transaktionsdagen. Omräkning av monetära balansposter räknas om till balansdagens kurs. Detta medför ingen förändring jämfört med WBM:s tidigare redovisningsprinciper. WBM kommer dock från och med den 1 januari 2006 att särredovisa dessa omräkningseffekter som övrig rörelseintäkt respektive övrig rörelsekostnad. Enligt WBM:s tidigare redovisningsprinciper redovisades sådana valutaomräkningsdifferenser direkt mot den resultatpost vilken transaktionen var hänförlig till, exempelvis nettoomsättning. Denna förändring påverkar varken redovisat rörelseresultat, nettoresultat eller eget kapital utan endast klassificering i resultaträkningen.

Övergången till IFRS kommer dessutom att medföra väsentligt tillkommande upplysningskrav jämfört med WBM:s tidigare redovisningsprinciper. Framför allt kommer upplysningskrav relaterat till segment (IAS 14), finansiell riskhantering (IFRS 7 och IAS 32), eget kapital (IAS 1), beskrivning tillämpade redovisningsprinciper (IAS 1 och 8) samt optionsprogram (IFRS 2) att kräva betydligt mer detaljerad tilläggsinformation i årsredovisningen 2006 jämfört med WBM:s tidigare redovisningsprinciper.

IAS 1 Utformning av finansiella rapporter har också i mindre omfattning påverkat indelningen av resultat- och balansräkning jämfört med tidigare presentationsformat.

Övriga IFRS-standarder har inte medfört några väsentliga förändringar eller effekter på redovisat resultat och eget kapital 2005 jämfört med de tidigare redovisningsprinciper som tillämpats i koncernen.

### **Redovisningsprinciper**

Samma redovisningsprinciper har använts som i den senaste årsredovisningen för WBM.

### **Förslag till utdelning**

Styrelsen har beslutat föreslå årsstämman att utdelning skall lämnas för räkenskapsåret 2005 med 5 kronor (0) per aktie.

### **Förslag till split**

Styrelsen har beslutat föreslå årsstämman att bolaget genomför en split på 4:1.





## **Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)**

### **Årsstämma och kommande rapporttillfällen**

Årsstämma avses hållas den 4 maj 2006. Kallelse kommer att offentliggöras under vecka 13, senast den 6 april 2006. Årsredovisning kommer att finnas tillgänglig senast under vecka 14 på [www.bjornborg.net](http://www.bjornborg.net) och vid bolagets huvudkontor. Rapport för det första kvartalet 2006 publiceras den 4 maj 2006.

### ***Worldwide Brand Management AB (publ)***

Stockholm den 16 februari 2006

Styrelsen

För ytterligare information hänvisas till:  
Nils Vinberg, VD och koncernchef  
Telefon 08-506 33 700 eller 0708-631101  
[nilsvinberg@bjornborg.net](mailto:nilsvinberg@bjornborg.net)

Worldwide Brand Management AB  
Box 15 415  
104 65 Stockholm  
[www.bjornborg.net](http://www.bjornborg.net)

---

### **WBM-koncernen**

Worldwide Brand Management AB-koncernen utvecklar och driver sin verksamhet under varumärket Björn Borg. Verksamheten omfattar idag de fem produktområdena kläder, skor, väskor, glasögon och parfym som säljs på sju marknader i Europa. Totalt beräknades försäljningen av Björn Borg-produkter 2005 uppgå till cirka 750 miljoner kronor i konsumentledet. Koncernens omsättning uppgick 2005 till cirka 183 miljoner kronor. Antalet anställda är 49. WBMs aktie är noterad på Nya Marknaden sedan december 2004.

## Worldwide Brand Management AB januari - december 2005

### RESULTATRÄKNING KONCERNEN I SAMMANDRAG

KSEK	3 månader	3 månader	12 månader	Proforma <sup>1,2)</sup>
	Okt 2005- Dec 2005	Okt 2004- Dec 2004	Jan 2005- Dec 2005	12 månader Jan 2004- Dec 2004
Nettoomsättning	51 246	35 021	183 639	121 649
	<b>51 246</b>	<b>35 021</b>	<b>183 639</b>	<b>121 649</b>
Kostnader sålda varor	-21 171	-15 771	-87 837	-58 818
Bruttovinst	<b>30 075</b>	<b>19 250</b>	<b>95 802</b>	<b>62 831</b>
	<b>59%</b>	<b>55%</b>	<b>52%</b>	<b>52%</b>
Försäljningskostnader	-10 913	-8 135	-40 025	-33 397
Administrationskostnader	-5 649	-4 814	-20 462	-14 178
Utvecklingskostnader	-774	-260	-4 040	-1 887
Goodwillavskrivning	-389	-305	-1 556	-1 220
Rörelseresultat	<b>12 350</b>	<b>5 736</b>	<b>29 719</b>	<b>12 149</b>
Andelar från intressebolag	0	262	0	2 149
Finansnetto	883	-232	1 581	69
Resultat efter finansiella poster	<b>13 233</b>	<b>5 766</b>	<b>31 300</b>	<b>14 367</b>
Skatter	-3 972	-1 801	-9 357	-4 299
Resultat efter skatt	<b>9 262</b>	<b>3 965</b>	<b>21 943</b>	<b>10 068</b>

Antal aktier vägt genomsnitt	1 431 036	1 367 062	1 367 062	1 367 062
Antal aktier vägt genomsnitt (efter full utspädning.)	1 441 579	1 367 062	1 436 652	1 367 062
Resultat per aktie, kr	6,47 kr	2,90 kr	15,33 kr	7,36 kr
Resultat per aktie, kr (efter full utspädning)	6,42 kr	2,90 kr	15,27 kr	7,36 kr

### BALANSRÄKNING KONCERNEN I SAMMANDRAG

KSEK	2005-12-31	2004-12-31
<b>Tillgångar</b>		
Immateriella anläggningstillgångar	12 388	13 944
Materiella anläggningstillgångar	2 068	2 431
Finansiella anläggningstillgångar	1 284	1 787
Varulager	15 791	21 087
Övriga omsättningstillgångar	33 874	23 348
Likvida medel	58 080	39 571
<b>Summa tillgångar</b>	<b>123 484</b>	<b>102 168</b>
<b>Eget kapital, avsättningar och skulder</b>		
Eget kapital	81 294	58 945
Avsättningar	1 900	0
Långfristiga skulder, räntebärande	0	6 000
Kortfristiga skulder, räntebärande	0	4 000
Övriga kortfristiga skulder	40 290	33 223
<b>Summa eget kapital och skulder</b>	<b>123 484</b>	<b>102 168</b>

## Worldwide Brand Management AB januari - december 2005

### KASSAFLÖDESANALYS KONCERNEN I SAMMANDRAG

KSEK	3 månader	12 månader	Proforma
	Okt 2005- Dec 2005	Jan 2005- Dec 2005	12 månader Jan 2004- Dec 2004
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	14 690	32 507	15 922
Förändring av rörelsekapitalet	6 347	-3 727	3 622
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>21 037</b>	<b>28 780</b>	<b>19 544</b>
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-125	-678	2 057
<b>Kassaflöde efter investeringar</b>	<b>20 912</b>	<b>28 102</b>	<b>21 601</b>
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	0	-9 593	-15 293
<b>Periodens kassaflöde</b>	<b>20 912</b>	<b>18 509</b>	<b>6 308</b>
Likvida medel vid periodens början	37 168	39 571	33 263
Likvida medel vid perioden slut	58 080	58 080	39 571

### FÖRÄNDRING AV EGET KAPITAL

KSEK	12 månader 2005-12-31
Ingående balans	58 945
Optionspremie	406
Periodens resultat	21 943
<b>Belopp vid periodens utgång</b>	<b>81 294</b>

### NYCKELTAL

	3 månader	3 månader	12 månader	Proforma 1,2)
	Okt 2005- Dec 2005	Okt 2004- Dec 2004	12 månader Jan 2005- Dec 2005	12 månader Jan 2004- Dec 2004
Bruttovinstmarginal	58,7%	55,0%	52,2%	51,6%
Rörelsemarginal	24,1%	16,4%	16,2%	10,0%
Vinstmarginal	25,8%	16,5%	17,0%	11,8%
Räntabilitet på sysselsatt kapital			41,1%	20,6%
Räntabilitet på eget kapital			31,3%	19,3%
Soliditet			65,8%	57,7%
Medelantal anställda, heltid vid periodens utgång			49	35
Aktiedata				
IB Antal aktier	1 431 036	1 364 860	1 431 036	1 364 860
UB Antal aktier	1 431 036	1 431 036	1 431 036	1 431 036
Vägt genomsnitt	1 431 036	1 367 062	1 431 036	1 367 062
Vägt genomsnitt efter full utspädning	1 441 579	1 367 062	1 436 652	1 367 062
EPS vägt genomsnitt antal aktier	6,47 kr	2,90 kr	15,33 kr	7,36 kr
EPS vägt genomsnitt antal aktier efter full utspädning	6,42 kr	2,90 kr	15,27 kr	7,36 kr

### Definitioner

Bruttovinstmarginal	Nettoomsättningen minus kostnaderna för sålda varor i förhållande till nettoomsättningen
Rörelsemarginal	Rörelseresultatet i förhållande till nettoomsättningen
Vinstmarginal	Resultatet före skatt i förhållande till nettoomsättningen
Räntabilitet på sysselsatt kapital	Resultatet efter finansnetto plus finansiella kostnader i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital.
Räntabilitet på eget kapital	Nettovinsten enligt resultaträkningen i procent av genomsnittligt eget kapital
Soliditet	Det egna kapitalet i förhållande till det totala kapitalet
Vinst per aktie (EPS)	Vinst efter skatt delat med Vägt genomsnitt antal aktier
Vägt genomsnitt antal aktier efter full utspädning	Vägt genomsnitt antal aktier efter full utspädning har beräknats i enlighet med Finansanalytikernas rekommendationer

1) Worldwide Brand Management AB (Publ) koncernen bildades 2004-06-30

2) Proformaredovisning har skett enligt samma principer som i prospekt från nyemissionen i nov-dec 2004 samt i årsredovisningen 2004. Emissionsprospektet finns publicerat på [www.bjornborg.net](http://www.bjornborg.net). Huvudprincipen är dock att profforman tar hänsyn till att emissionen genomförts den första dagen i perioden dvs 040101.